

Distribution Channels at PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tupperware Sumedang

Solihin¹, Sutopo², Suharna³

¹²³Universitas Sebeleas April Sumedang

asepyudi539@gmail.com, sutopo@stie11april-sumedang.ac.id, suharnamm@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Keywords:

Distribution
Channels,
Tupperware

The focus of this study aims to determine the distribution channel on the PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tupperware Sumedang. The method used in this research is descriptive qualitative research method by conducting direct observation, conducting interviews, collecting data related to distribution channels on the PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tupperware Sumedang. The sampling technique used is purpose sampling, namely the technique of sampling data sources with certain considerations. In this study five informants were used as informants. Whereas in analyzing data using the model of Miles and Huberman which states that there are three kinds of activities in qualitative data analysis, namely data reduction, data display, and conclusions drawing / verification. This research theory uses the theory of Tjiptono (2017: 347) with the following dimensions, 1) market considerations 2) product considerations 3) considerations about intermediaries and 4) company considerations. Based on the results of interviews, observations, and data analysis, it can be concluded that the marketing strategy at PD Vichi Pratama Aluminum Sumedang has carried out distribution channels well, but there are still some slight obstacles.



Copyright © 2022 Journal of Bussines Management Basic. All rights reserved.

Corresponding Author:

Solihin¹,
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No. 19 Sumedang Utara Sumedang.
Email: asepyudi539@gmail.com

1. INTRODUCTION

Secara garis besar, pendistribusian mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang di perlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Di era globalisasi ini yang berperan penting dalam perekonomian global adalah pelaku bisnis antara lain baik itu perusahaan swasta ataupun milik pemerintah. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat persaingan yang luar biasa hebat, semakin pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi sehingga dunia bisnis harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut. Tujuan kegiatan saluran distribusi yang dijalankan oleh perusahaan tidak lain adalah memberikan kemudahan bagi konsumen sehingga dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya. Pemahaman tempat dan saluran distribusi menjadi penting untuk dipahami karena kedua bidang ini sangat dan saling mempengaruhi satu sama lainnya dalam mencapai tujuan serta keinginan yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan secara berkelanjutan dan memiliki nilai saing di pasar yang serba kompetitif. PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tupperware Sumedang adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor yang berada di Ruko Perumahan Angkrek Jl. Raya Angkrek Sumedang, No. 2, Desa Cisu, 45621 Kabupaten Sumedang. Jenis saluran distribusi menggunakan Saluran Dua Tingkat (Two Level Channel) yaitu produk dikirim ke agen - grosir - toko lalu yang terakhir ke konsumen. Pengiriman seperti ini dilakukan dengan menggunakan kendaraan roda empat. Berdasarkan observasi awal, tentang fenomena saluran distribusi pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tupperware Sumedang, dari informasi awal yang diperoleh dari salah satu pegawai, dalam pelaksanaannya perusahaan mendapat beberapa kendala yaitu kurangnya stok barang yang menyebabkan sering terjadinya kekurangan stok barang, dan juga keterlambatan pabrik/suplayer dalam mengirim barang ke perusahaan. Sehingga kendala tersebut dapat menimbulkan masalah yang mempengaruhi pelaksanaan pada kelangsungan distribusi perusahaan. Menurut Sutisna dalam Dr. Rusyadi Abubakar (2017:61) pemasar harus selalu siap menyediakan produk ditempat-tempat penjualan agar konsumen tidak lari ke merek lain. Sedangkan ditempat

penjualan perlu diperhatikan tentang jumlah persediaan produk jamu untuk memenuhi pilihan alternatif bagi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2. LITERATURE STUDY

Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan pemasaran (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk barang/jasa dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen, Saluran distribusi kadang-kadang disebut saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Menurut David A. Revzan dalam Rusyidi Abubakar (2017:60), menyatakan bahwa saluran pemasaran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.

Fungsi Saluran Distribusi

Aktifitas perusahaan untuk menempatkan produknya di pasar yang tepat, pada waktu yang tepat, biasanya berhubungan erat dengan sistem distribusi yang ditetapkan, karena pada dasarnya masalah tempat berkaitan dengan masalah penyaluran produk dari pihak yang menawarkan kepada pihak yang memintanya. Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan pemasaran (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk barang/jasa dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Pentingnya saluran distribusi bagi produsen adalah karena faktor-faktor berikut:

1. Efisiensi dan efektivitas dalam penyaluran. Dengan adanya perantara-perantara pemasaran maka produsen bisa lebih menghemat biaya, tenaga, dan waktu, sehingga ia bisa lebih memusatkan perhatian pada kegiatan bisnis utama yang lebih menguntungkan.
2. Mengubah bentuk suplay produk yang heterogen sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produsen tertentu biasanya menghasilkan produk yang beraneka ragam dan variatif, sedangkan konsumen biasanya hanya menginginkan jumlah yang terbatas. jadi disini perantara yang menyeleksi produk-produk tertentu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. Fungsi saluran distribusi. Fungsi-fungsi yang dijalankan oleh pihak-pihak perantara yang terlibat dalam saluran distribusi turut menentukan keberhasilan atau kegagalan pemasaran suatu produk.

Pentingnya Pemilihan Saluran Distribusi

Faktor distribusi memberikan utilitas pada konsumen karena produk tersebut mudah untuk dibeli saat dibutuhkan. Hal yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan saluran distribusi adalah (Deliyanti, 201:220 dalam Sudaryono)

1. Tingkat kelangsungan saluran, terkait kondisi pasar (terkonsentrasi atau tersebar); Atribut produk (besar atau kecil, mahal, berbahaya, tidak tahan lama); Keunggulan bia (banyak manfaat atau tanpa manfaat); Atribut perusahaan (kekuatan finansial, usuran, pengalaman saluran, dan strategi pemasaran).
2. Jumlah anggota saluran, apakah intensif (pemilihan sebanyakmungkin peritel atau penjual grosir, selektif (tertentu saja sesuai kriteria), atau eksklusif (hanya memilih satu penjual grosir atau peritel). Kriteria dalam pemilihan anggota saluran, terkait reputasi, atau jasa yang disediakan.
3. Jumlah saluran, apakah satu saluran untuk satu pasar sasaran atau banyak pasar sasaran, atau banyak saluran untuk satu pasar sasaran atau banyak pasar sasaran.

3 METHOD

Menurut Sugiyono (2017:38), menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Sugiyono (2017:37). Menurut Nasution (Sugiyono 2017:377) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi, Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanggung jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Esterberg

(Sugiyono 2017:384). Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi peraturan, kebijakan. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya jika didukung oleh sejarah. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sugiyono (2017:402). Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Huberman (Sugiyono 2017:404).

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sugiyono (2017:402). Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Menurut Huberman (Sugiyono 2017:404). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2017:246) menyatakan bahwa terdapat tiga macam kegiatan analisis data kualitatif, yaitu data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusions drawing/verifying*. Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu. Sugiyono (2017:405). b. Data Display (Penyajian Data) Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah mendisplaykan data. Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk: uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sebagainya. Miles dan Huberman (Sugiyono 2017:408) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif. Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (obyektivitas) (Sugiyono, 2016:433). Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh para peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kalau dalam objek penelitian terdapat warna merah, maka peneliti melaporkan bahwa pegawai bekerja dengan keras. Bila peneliti membuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada objek, maka data tersebut dianggap tidak valid. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Penelitian Kualitatif Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif Dalam penelitian ini, menggunakan metode analisis data yaitu Miles & Huberman Dalam Sugiyono (2017:404) Dimana langkah yang dilaksanakan dalam analisis data Miles & Huberman adalah sebagai berikut :

1. Dalam Penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.
2. Data *Reduction* (Reduksi data) yaitu merangkum, meringkas data yang ditemukan di lapangan, karena jumlah data yang ditemukan banyak, sehingga peneliti harus mereduksi data supaya mempermudah penelitian.
3. Data *Display* (Penyajian Data) yaitu proses yang dilakukan setelah reduksi data selesai karena dalam penelitian tidak bisa data yang banyak mudah diprediksi dan dipahami, display data sangat penting agar dapat lebih fokus memahami yang terjadi di lapangan.
4. *Conclusion Drawing / Verification* bagian ini adalah hasil atau kesimpulan dari semua cara di atas dan di sini menyimpulkan semua data yang di dapat di lapangan

4 RESULT AND DISCUSSION

Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan *sales manager*, *salesman* dengan observasi langsung data tersebut kemudian disimpulkan diambil bagian-bagian pokok permasalahan yaitu saluran

distribusi. Menurut Tjiptono (2017:347) menyatakan bahwa, hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam saluran distribusi meliputi:

1. Pertimbangan pasar, meliputi jenis pasar, jumlah pelanggan potensial, konsentrasi geografis pasar, dan jumlah dan ukuran pemesanan.
2. Pertimbangan produk, meliputi, nilai unit (*unit value*), *perishability*, dan sifat teknis produk.
3. Pertimbangan tentang perantara, meliputi jasa yang diberikan perantara, keberadaan perantara yang diinginkan, dan sikap perantara terhadap kebijakan perusahaan.
4. Pertimbangan perusahaan, meliputi sumber-sumber finansial, kemampuan manajemen, tingkat pengendalian yang diinginkan, jasa yang diberikan penjual, dan lingkungan.

Temuan-temuan yang dihadapi pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang tentang saluran distribusi, yaitu :

1. Dimensi Pertimbangan Pasar, temuan peneliti mengenai penentuan jenis pasar sudah cukup baik, karena sudah adanya perencanaan yang sudah baik untuk menentukan peluang distribusi yang akan di tentukan. akan tetapi harus diusahakan agar mempertahankan dalam hal pemenuhan permintaan pelanggan. Pasar yang dituju harus luas agar pendistribusian berjalan lancar.
2. Dimensi Pertimbangan Produk, temuan peneliti meliputi PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang sudah dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen. karena sudah terpenuhi. Cara yang dilakukan perusahaan pun sudah sangat baik dalam mengatasi produk yang akan rusak.
3. Dimensi tentang Perantara, temuan peneliti meliputi perantara distribusi PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.
4. Dimensi Pertimbangan Perusahaan, temuan peneliti mengenai pertimbangan perusahaan ini sudah cukup baik namun belum maksimal, sehingga penyaluran barang yang dilakukan belum berjalan dengan efektif dan efisien.

Upaya dan Solusi Saluran Distribusi Pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang

1. Dimensi Petimbangan Pasar, perusahaan harus lebih meningkatkan dalam hal pemenuhan permintaan pelanggan, seperti mengirimkan produk sesuai pesanan pelanggan, pengiriman yang tepat waktu serta menanggapi keluhan-keluhannya. Lebih memperluas pasar yang dituju
2. Dimensi Pertimbangan Produk, perusahaan harus mempertahankan nilai unit produknya agar tetap saling menguntungkan satu sama lain. Serta perusahaan harus selalu memastikan bahwa produknya masih layak untuk digunakan dengan selalu mengecek kualitas produk.
3. Dimensi Pertimbangan Perantara, agen yang dipilih oleh perusahaan harus yang mampu untuk diajak bekerja sama dan dapat dipercaya oleh perusahaan agar tidak saling merugikan, serta harus menciptakan inovasi-inovasi baru agar produk perusahaan pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis.
4. Pertimbangan Perusahaan, perusahaan harus selalu memaksimalkan produksinya untuk memaksimalkan persediaan produknya itu sendiri, disamping itu perusahaan harus memperhatikan lingkungan tempat penyimpanan produk dengan berpatokan kepada K3RL (Keamanan, kesehatan, keselamatan, ramah lingkungan).

5 CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pelaksanaan saluran distribusi pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang sudah sesuai dengan apa yang diharapkan. Hal ini dilihat dari beberapa dimensi yaitu
 - a. Pertimbangan pasar Dari Jenis pasar ,Jumlah pelanggan potensial Konsentrasi geografis pasar Jumlah dan ukuran pemesanan sudah cukup baik.
 - b. Pertimbangan Produk Sudah dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Harga yang sudah diberikan kepada pelanggan sudah sangat baik, hal tersebut harus dipertahankan oleh perusahaan
 - c. Jasa yang diberikan Perantara Dari Keberadaan Perantara yang diinginkan Sikap Perantara terhadap Kebijakan Perusahaan Sudah dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen.
 - d. Pertimbangan Perusahaan dapat dilihat dari Sumber-sumber Finansial Kemampuan Manajemen Tingkat Pengendalian yang diinginkan Jasa yang diberikan penjual Lingkungan Sudah dilakukan dengan sangat baik dan sesuai dengan harapan konsumen
2. Saluran distribusi dengan menggunakan agen sudah sangat kooperatif, pelanggan potensial pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppreware Sumedang yang sudah banyak tetapi perlu di tingkatkan lagi agar

dapat lebih banyak menguntungkan perusahaan, agen yang benar-benar bisa bertanggung jawab dan mampu bekerja sama dengan baik, selalu mempertahankan mutu produk, akan tetapi harus diusahakan agar mempertahankan dalam hal pemenuhan permintaan pelanggan. Pasar yang dituju harus luas agar pendistribusian berjalan lancar.

Setelah mengemukakan beberapa kesimpulan, selanjutnya akan disampaikan beberapa saran yang digunakan dalam mengatasi permasalahan pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppeware Sumedang :

1. PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppeware Sumedang harus mempertahankan kualitas Saluran Distrinusi dengan cara selalu memenuhi permintaan pelanggan. Dengan tepat waktu yang baik maka akan meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Pelaksanaan saluran distribusi pada PT. Mandala Raya Pilar Sakti Tuppeware Sumedang agar mengevaluasi kembali masalah keterlambatan pengiriman dengan cara mengambil suatu kebijakan atau tindakan perbaikan seperti meningkatkan kerjasama dengan pabrik (*supplier*) sehingga penyaluran distribusi berjalan dengan baik secara efektif dan efisien

REFERENCE

- Abubakar,Rusyidi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Adhiningsih, Dwi Laras. 2018. *Analisis Pembentukan Harga Beras Pada Saluran Distribusi Beras Studi Kasus Saluran Distribusi Beras Kabupaten Cilacap*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : CV Alfabeta.
- Deliyanti, dalam Sudaryono.2017 . *Manajemen Pemasaran*. Dalam : *Sudaryono. 2017. Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Hermawan, Ivan Dicky.2019. *Saluran Distribusi Barang Pada PT. Indomarco Adi Prima Semarang*. Semarang: Universitas Semarang
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller.2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip . 2017. *Manajemen Pemasaran*. Dalam Abubakar, Rusyidi 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta, cv.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Dalam: Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung : CV. Alfabeta
- Nurissulawati dan Subagyo. 2016. *Penentuan Strategi Distribusi Berdasarkan Karakteristik Produk Sukses*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Ratnasari, Dian. 2017. *Analisis Saluran Distribusi Beras Pada Pabrik Penggilingan Padi UD. Putra Temu Rejeki Desa Belung Kecamatan Poncokusomo Malang Jawa Timur*. Malang: Universitas of Muhammadiyah Malang
- Rusyidi Abubakar, 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV.AlfabetaSucherly. 1996. *Strategi Pemasaran dalam Industri Kayu Gergajian dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan (Disertasi)*.
- Abubakar, Rusyidi 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV.Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung : CV.Alfabeta
- Tjiptono , Fandy 2017. *Strategi Pemasaran* .
- Abubakar, Rusyidi 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV.Alfabeta
- www.google.com (Diakses Pada Hari Kamis, 04 Febuari 2021)
- <http://untag-sby.ac.id>. (Diakses Pada Hari senin, 08 febuari 2021)